

# 这种一次性纸杯，因何不能直接对嘴喝？

婚宴寿宴、逢年过节，印着吉祥话、内壁闪着金箔光泽的“高颜值”纸杯，成了不少消费者的待客“标配”。在电商平台，这类“网红杯”主打“喜庆又体面”，销量动辄数十万上百万件。

但是，这些漂亮的一次性纸杯，包装上往往印有一行极易被忽略的小字提示：“需配吸管、勺使用”。买来就是为了直接喝的纸杯，为何从产品定位到使用提示，商家都在强调不能直接对嘴喝？



## 网红纸杯有猫腻

今年2月，记者在多处农村酒席发现，席面上普遍使用通体印刷红色油墨的一次性纸杯。宴席主曾先生反映，他在网上以48.8元的价格购买了500个“时尚新款加厚金箔纸杯”，挑中的就是杯身喜庆印有“囍”字等图案。

记者在他的商品购买页看到，商家宣称“金奢内膜、喜庆高端”“待客喝水”，为“食品级一次性纸杯”。但纸杯外包装上又提示“需要配合吸管使用”。宣传与实物标注“两张皮”的情况引起记者注意。

随后，记者在电商平台随机购买了8款热销的“网红高颜值”纸杯，外包装上无一例外都标明了产品为“包装容器类纸杯”，执行由市场监管总局、国家标准化管理委员会发布的《纸杯》(GB/T 27590-2022)，并附有“请配合吸

管、勺使用”的提示。

为什么不直接喝？问题出在印刷上。

《纸杯》(GB/T 27590-2022)明确规定，“直接饮用类纸杯”杯口距杯身15毫米(不含15毫米)内不应印刷。安徽省消费者权益保护委员会发布的安全提示明确，这是为了避免消费者嘴唇接触油墨，影响健康。而对“包装容器类纸杯”并无此项限制。

记者购买的这些以“颜值”当卖点的一次性纸杯，杯身无一例外都通体印刷油墨。其中有2款低价热销品，甚至找不到具体生产厂商、生产日期和产品质量合格证，属于典型的“三无产品”。

一款“三无”纸杯散发刺鼻的塑料气味，商家却称“正常现象”。明明注意事项写着“需用吸管”，商家却表示无需在意，“直接喝没问题”。

长期关注食品安全的科信食品与健康信息交流中心副主任阮光锋

告诉记者，很多网红店、直播间卖“9.9元50只”的纸杯，其真正目的是通过引流营销其他产品。“引流产品通常卖一批就停，为控成本，重外观轻质量。”他说。

市场监管总局2026年1月发布的2025年食品接触用纸容器等18种产品质量国家监督抽查情况通报显示，不合格项目的问题集中在荧光性物质、抗压强度等关键安全指标。

阮光锋介绍，抗压性差可能导致纸杯用于防渗透的淋膜破损，进而迁移释放对人体有害的甲醛、塑化剂等物质。

此外，今年2月，上海市消费者权益保护委员会从电商平台及大型商超购买了40款一次性杯子进行评测，检出一款纸杯中，被世界卫生组织国际癌症研究机构列为2B类致癌物的物质3-氯-1,2-丙二醇残留量，超出国标限量值3倍。

政复议决定书显示，消费者举报购买到的纸杯杯口存在印刷不符合国标要求，最终因产品标注“包装容器类纸杯”，举报被驳回。湖南长沙、河南周口等地的同类案件中，结果同样如此。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为，这种行为本质上是商家在“掩耳盗铃”。

管跟上市场变化节奏。”

对于宣传与实际用途不符的商品，陈音江强调平台应提升监管能力：“平台应当及时采取限流、下架等措施，不能放任这类网红产品利用流量收割消费者，带来安全隐患。”

面对商家的“擦边操作”和部分“三无产品”的浑水摸鱼，消费者该怎么办？

中国消费者协会、市场监管总局发布的消费提醒表示，选购一次性纸杯要做到“一看、二闻、三动手”：一看，看产品包装标注是否齐全，是否有清晰的生产厂家、生产日期、执行标准、产品类别，警惕无厂名、无标准、无生产信息的“三无”纸

“明明生产的就是一个纸杯，它的销售页面上目标群体、使用场景都非常明确，说明商家主观上知道自己生产的是纸杯，标注‘包装容器类纸杯’就是为了推卸责任。”他说。

在黑猫投诉平台，“纸杯”“违规”相关投诉有上百条，问题高度集中：买到“三无产品”，或遇热水散发刺鼻味，退货退款困难重重。

杯，优先选择杯口无印刷的素色纸杯，过于洁白的纸容器可能添加了荧光增白剂；二闻，闻纸杯是否有刺鼻的油墨味、塑料味，不要选购有异味的产品；三动手，用手捏一下纸杯，优先选择杯身挺度好、质地厚实的产品，避免选购一捏就扁的软塌纸杯。

在使用环节，相关专家建议：应严格区分冷饮杯与热饮杯，冷饮杯勿装超60℃热饮，热饮杯勿装白酒；避免长时间盛装滚烫开水或强酸性饮品；纸杯为一次性设计，切勿重复使用；存储时应置于阴凉干燥处，开封后及时封口，防止受潮霉变。

(据新华社)

## 德研究报告：中国工业数字化水平全球领先

德国慕尼黑大学和咨询公司MHP近日联合发布的《2026工业4.0晴雨表》报告显示，中国工业数字化水平处于全球领先地位，在数字孪生技术、人工智能、供应链透明度和自动化等方面表现突出。

报告显示，全球工业领域的数字化水平继续上升，相关晴雨表指数已由2022年的48%升至目前的68%。其中，中国达到72%，较去年提升3个百分点，美国是69%，印度和墨西哥分别为68%和67%。

慕尼黑大学数字服务与可持续发展教授约翰·克兰茨说，从各国比较来看，中国和美国的企业应用数字化生产技术的速度更快，采取了比欧洲企业更具一体化和规模化特征的实施路径。

报告还显示，数字孪生正成为工业领域增长最快的技术之一，中国企业在该技术方面明显处于领先地位，特别是在物流领域。在工业生产中的人工智能方面，中国企业的使用比例也处于领先地位。

这份报告分析了来自世界多国的1200多名工业企业代表的反馈，受访者主要来自机械与设备工程、信息与通信技术以及汽车行业。

(据新华社)

## 全国累计器官捐献志愿登记人数超过733万

从29日在山东济南举办的“生命·曙光——2026全国人体器官捐献缅怀纪念暨宣传普及活动”上获悉，截至目前，全国累计器官捐献志愿登记人数超过733万，实现公民逝世后器官捐献6.5万余例、捐献器官20万余个，捐献角膜12万余片，捐献遗体6.9万余例，挽救20万余名器官衰竭患者生命，为10余万人带来光明。

中国红十字会相关负责人介绍，全国目前已建成人体器官捐献者缅怀纪念场所380余处。每年清明节前后，各地红十字会举办形式多样的缅怀纪念活动，感恩致敬捐献者的大爱善举，呼吁更多人参与到器官捐献这项大爱奉献的事业中来。

人体器官捐献关系人民群众生命健康，关系生命伦理和社会公平，是国家医学发展和社会文明进步的重要标志。自2010年启动公民逝世后人体器官捐献工作以来，我国稳步推进宣传动员、意愿登记、捐献见证、缅怀纪念、人道关怀等工作，逐步探索出一条符合国情、科学公正、具有中国特色的器官捐献发展道路。

(据新华社)

## 维权往往不易

“从法规角度来说，商家的这种自我声明是合规的。”阮光锋说。

一个“包装容器类纸杯”的标注，让商家规避了风险，消费者却陷入维权困境。

浙江景宁畲族自治县的一份行

## 挑选纸杯有讲究

实际生活中，不少消费者在买纸杯时很少较真。《中国消费者报》2026年2月发布的消费调查显示，约74%的受访者没有留意过食品接触用纸容器标签标注的具体用途；46%的受访者认为“纸质”即天然安全，不太在意生产日期等详细信息。

该较真的不只是消费者。

陈音江表示：“监管部门在监督检查过程中，可以结合普通消费者的认知和实际的消费场景，及时开展研判，对涉嫌虚假宣传、不符合安全标准的生产行为做出认定，让监